

Η αλήθεια είναι
ότι το νερό μας
φιλτράρεται
από τη φύση.
Εκεί όπου ανήκει.



Arrena
ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ

Καθαρό. Σαν την αλήθεια.

arrena.gr   arrena.water





FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

Με τη συνεργασία του
TotalFoodService
FOODSERVICE NEWS • INDUSTRY TRENDS • EXCLUSIVE INTERVIEWS

ΤΡΙΤΗ 12 ΜΑΪΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2322



• CRETA FARMS

Βλέπει έως $\pm 2\%$ όγκους στο retail το 2026,
ετοιμάζει νέο εργοστάσιο στην Κρήτη



• ΡΥΖΙ

Σε βαρύ κλίμα και με μειωμένα στρέμματα φέτος
οι σπορές - Καθηλωμένες παραμένουν οι τιμές



• GAEA PRODUCTS

Τί... γύρευε στο μεγαλύτερο φεστιβάλ τεχνολογίας
και digital marketing της Ευρώπης



• ΗΠΑ

Οι καταναλωτές στρέφονται στα discount super
markets αναζητώντας καλύτερες τιμές

Editorial

Δικό σας...

Debrief

Τα όρια της ενιαίας Ευρώπης

Business Maker

- Σε ρόλο-κλειδί ο Άγγελος Κρητικός στη νέα εποχή Μασούτι
- Σήμα για παράταση του πλαφόν στα τρόφιμα
– Στα καύσιμα βλέπουμε

SecretRecipe

Ας πρόσεξε...

Business Insight

Σε ρυθμό ΔΕΗ το Euronext Athens - Κλείδωσε στα €4 δισ. η AMK

NOYNOY®

ΠΑΙΧΤΗΣ
ΑΠΟ ΚΟΥΝΙΑ;

ΜΠΑΛΑ
ΑΠΟ ΝΟΥΝΟΥ!



ΟΛΟΙ ΚΕΡΔΙΖΟΥΝ

συλλεκτική μπάλα NOYNOY

από την **PUMA**®.

στα **ZAKCRET**
SPORTS

με αγορά προϊόντων

NOYNOY αξίας 30€



ΣΚΑΝΑΡΕ ΕΔΩ
ΓΙΑ ΝΑ ΜΑΘΕΙΣ
ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ

www.nounoudiagonismos.gr



Διάρκεια 30 Απριλίου - 30 Ιουνίου ή μέχρι εξαντήσεως των αποθεμάτων.

• **CRETA FARMS**

ΒΛΕΠΕΙ ΕΩΣ ±2% ΟΓΚΟΥΣ ΣΤΟ RETAIL ΤΟ 2026, ΕΤΟΙΜΑΖΕΙ ΝΕΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Θετική πορεία καταγράφει στο τετράμηνο η Creta Farms, με τη διοίκηση να διαπιστώνει βελτιωμένη εικόνα τόσο στο οργανωμένο λιανεμπόριο, όσο και στο κανάλι HoReCa. Το α' τρίμηνο κινήθηκε ανοδικά σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο, ενώ ο Μάιος έχει ξεκινήσει με ακόμη ισχυρότερη δυναμική.

Μιλώντας στο Fnb Daily ο Επικεφαλής της βιομηχανίας, Δημήτρης Βιντζηλαίος, αναφέρει ότι στο οργανωμένο λιανεμπόριο, ο Μάρτιος εμφάνισε προσωρινή κάμψη, η οποία αποδίδεται κυρίως στη χρονική μετατόπιση του Πάσχα και στην επίδραση της Σαρακοστής στην κατανάλωση.

ΔΙΑΚΥΜΑΝΣΕΙΣ

Ωστόσο, η πτώση της τάξης του 6,5% τον Μάρτιο αντιστράφηκε σε ανάπτυξη 2% τον Απρίλιο, με την εταιρεία να εκτιμά ότι, εφόσον διατηρηθεί ο υφιστάμενος ρυθμός, η χρονιά θα μπορούσε να κλείσει με μεταβολή περίπου ±1%-2% σε όγκο στο retail.

Αντίστοιχα, το κανάλι HoReCa ξεκίνησε δυναμικά στις αρχές της χρονιάς, παρουσίασε στη συνέχεια επιβράδυνση, ωστόσο από την πρώτη εβδομάδα του Μαΐου επανήλθε σε έντονα ανοδικούς ρυθμούς. Παράλληλα, η εταιρεία εξακολουθεί να διατηρεί τη βασική της παρουσία στα super markets, με περιορισμένη έκθεση στο HoReCa, ενώ δεν διαθέτει ουσιαστική δραστηριότητα σε private label ή B2B.

ΤΖΙΡΟΣ ΠΕΡΙΞ ΤΩΝ €135 ΕΚΑΤ. ΤΟ 2025

Σε επίπεδο συνολικής χρήσης, η Creta Farms έκλεισε το 2025 με θετικό πρόσημο, καταγράφοντας κερδοφορία και διατηρώντας την αναπτυξιακή της πορεία. Ο κύκλος εργασιών εκτιμάται ότι θα κινηθεί κοντά στα €135 εκατ., επιβεβαιώνοντας τη σταθερή δυναμική της εταιρείας.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Σημαντική συμβολή στην ανάπτυξη συνεχίζουν να έχουν οι εξαγωγές, οι οποίες καταγράφουν διαρκή άνοδο κάθε χρόνο, χωρίς ωστόσο να έχουν ακόμη υπερβεί το 10% του συνολικού τζίρου. Βασικές αγορές για την εταιρεία παραμένουν οι ευρωπαϊκές χώρες, ενώ διαφοροποιημένες είναι οι επιπτώσεις από τις γεωπολιτικές εξελίξεις στις διεθνείς δραστηριότητες του ομίλου.

Σύμφωνα με τη διοίκηση, η ελληνική αγορά



Δημήτρης Βιντζηλαίος, Επικεφαλής, Creta Farms

δεν έχει επηρεαστεί σημαντικά σε ό,τι αφορά τα προϊόντα της Creta Farms, ωστόσο πιέσεις έχουν καταγραφεί σε δραστηριότητες που σχετίζονται με τα ζυμαρικά, κυρίως σε αγορές όπως η Βουλγαρία, το Ισραήλ, ο Λίβανος και οι χώρες του Κόλπου, οι οποίες αποτελούσαν σημαντικούς πελάτες. Εξαιρεση αποτελεί η Σαουδική Αραβία, όπου η αγορά διατηρείται σταθερή.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Παράλληλα, η εταιρεία προχωρά σε σημαντικό επενδυτικό πρόγραμμα στην Ελλάδα, ανταποκρινόμενη στην αυξημένη ανάγκη για μεγαλύτερους παραγωγικούς όγκους, σε συνδυασμό με τις απαιτήσεις που δημιουργήθηκαν μετά τη συγχώνευση και τη συνολική ανάπτυξη της δραστηριότητας. Στην Κρήτη δρομολογείται νέο πενταετές επενδυτικό πλάνο, το οποίο εκτιμάται ότι θα υποστηριχθεί και μέσω του Ταμείου Ανάκαμψης. Στο πλαίσιο αυτό, έχει ήδη αποκτηθεί νέο εργοστάσιο, ενώ σχεδιάζονται επεκτάσεις παραγωγικών εγκαταστάσεων και νέοι αποθηκευτικοί χώροι, με στόχο την καλύτερη οργάνωση της εφοδιαστικής αλυσίδας και την αποσυμφόρηση των υφιστάμενων εγκαταστάσεων.

ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΤΗΣ BELLA BULGARIA

Την ίδια στιγμή, η Bella Bulgaria προχωρά σε ανανέωση της εταιρικής της ταυτότητας, παρουσιάζοντας νέο λογότυπο και ανασχεδιασμένες συσκευασίες, με στόχο την περαιτέρω ενίσχυση της παρουσίας της στο διεθνές

λιανεμπόριο. Η πρωτοβουλία εντάσσεται στη στρατηγική εκσυγχρονισμού της εικόνας της εταιρείας και καλύτερης προσαρμογής στις σύγχρονες απαιτήσεις του retail και των ψηφιακών καναλιών επικοινωνίας.

Η νέα οπτική ταυτότητα σχεδιάστηκε με έμφαση στη λειτουργικότητα και τη συνέπεια σε omnichannel περιβάλλοντα, ενισχύοντας την αναγνωρισιμότητα των προϊόντων τόσο στα φυσικά σημεία πώλησης όσο και στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Οι νέες συσκευασίες στοχεύουν σε πιο σύγχρονη αισθητική και ισχυρότερη παρουσία στο ράφι, διευκολύνοντας παράλληλα την εμπειρία του καταναλωτή. Η ανανέωση αφορά αποκλειστικά τα οπτικά στοιχεία της μάρκας, χωρίς αλλαγές στο προϊόντικό χαρτοφυλάκιο ή στις ποιοτικές προδιαγραφές της εταιρείας. Μέσα από αυτή τη στρατηγική κίνηση, η Bella Bulgaria επιδιώκει να ενισχύσει περαιτέρω τη θέση της ως αξιόπιστος και σύγχρονος συνεργάτης για τις διεθνείς αλυσίδες λιανεμπορίου. Με εννέα παραγωγικές μονάδες, ημερήσια παραγωγή περίπου 350 τόνων και παρουσία σε περισσότερες από 50 αγορές διεθνώς, η Bella Bulgaria συγκαταλέγεται μεταξύ των σημαντικότερων ευρωπαϊκών παραγωγών προϊόντων ζύμης και convenience food. Παράλληλα, διατηρεί ισχυρή δραστηριότητα στον τομέα του private label, διαθέτοντας 38 συνεργασίες και ανεπτυγμένες υποδομές logistics.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Proud organisers of the Greek participation in:



Greece's Experts for
PLMA Amsterdam and PLMA Chicago

Meet us at Hall 7 K10,
Hall 14 C59 and Hall 1 D38



www.promosolution.net

• MEATLY
ΕΠΕΝΔΥΕΙ £10,4 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΛΛΙΕΡΓΗΜΕΝΟΥ ΚΡΕΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Χρηματοδότηση ύψους £10,4 εκατ. εξασφάλισε η Meatly στο πλαίσιο γύρου Series A, με στόχο την κατασκευή αυτού που η ίδια χαρακτηρίζει ως τη μεγαλύτερη μονάδα παραγωγής καλλιεργημένου κρέατος στην Ευρώπη, σηματοδοτώντας ένα σημαντικό βήμα κλιμάκωσης για τον ευρωπαϊκό κλάδο των πρωτεϊνών κυτταρικής καλλιέργειας.

ΠΟΥ ΘΑ ΑΞΙΟΠΟΙΗΘΟΥΝ ΤΑ ΧΡΗΜΑΤΑ

Η εταιρεία, με έδρα το Λονδίνο, θα αξιοποιήσει την επένδυση για τη δημιουργία εγκατάστασης βιοαντιδραστήρων χωρητικότητας 20.000 λίτρων στη βρετανική πρωτεύουσα. Οι εργασίες διαμόρφωσης της μονάδας αναμένεται να ξεκινήσουν άμεσα, ενώ η αρχική παραγωγή προϊόντων προγραμματίζεται για το 2027.

Παρότι η σημερινή εμπορική δραστηριότητα της Meatly επικεντρώνεται στο καλλιεργημένο κρέας για τροφές κατοικίδιων, η εταιρεία υπογράμμισε ότι η νέα επένδυση αποτελεί σημαντικό ορόσημο για τη συνολική ευρωπαϊκή βιομηχανία τροφίμων κυτταρικής καλλιέργειας, όπου η ανάπτυξη παραμένει έως σήμερα κυρίως σε πιλοτικό ή ερευνητικό στάδιο.

Η Meatly, η οποία ιδρύθηκε το 2022, έχει τοποθετηθεί ως μία από τις πρώτες ευρωπαϊκές εταιρείες που μεταφέρουν το καλλιεργημένο κρέας από το εργαστηριακό στάδιο στην αρχική εμπορική αξιοποίηση. Το 2024 έγινε η πρώτη εταιρεία στην Ευρώπη που έλαβε κανονιστική έγκριση για καλλιεργημένο κρέας, ενώ το 2025 λάνσαρε προϊόν τροφής κατοικίδιων που περιέχει καλλιεργημένο κρέας.



Owen Ensor, CEO, Meatly

ΠΟΙΟΙ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ

Παράλληλα, η εταιρεία έχει δώσει ιδιαίτερη έμφαση στη μείωση του κόστους των βασικών παραγωγικών εισροών. Σύμφωνα με προηγούμενες ανακοινώσεις της, κατάφερε να μειώσει το κόστος του chemically defined, protein-free growth medium στα 0,22 λίρες ανά λίτρο, καθώς και να περιορίσει το κόστος των βιοαντιδραστήρων περίπου κατά δέκα φορές — δύο από τα βασικότερα εμπόδια για τη μαζική παραγωγή καλλιεργημένου κρέατος.

Στον γύρο χρηματοδότησης Series A συμμετείχαν νέα επενδυτικά σχήματα όπως οι Oyster Bay Venture Capital, Clean Growth Fund και Jam.Jar Investments, ενώ συνέχισαν να στηρίζουν την εταιρεία και οι αρχικοί επενδυτές Agronomics και Pets at Home. Με τη νέα χρηματοδότηση, τα συνολικά κεφάλαια που έχει αντλήσει η Meatly ανέρχονται πλέον στα 17,4 εκατ. λίρες.

Οι επενδυτές σημείωσαν ότι η δημιουργία της νέας μονάδας αντικατοπτρίζει την αυξανόμενη εμπιστοσύνη στις δυνατότητες του καλλιεργημένου κρέατος να περάσει από το πειραματικό στάδιο στη βιομηχανική παραγωγή μεγάλης κλίμακας, ακόμη κι αν οι πρώτες εμπορικές εφαρμογές αφορούν κυρίως την αγορά τροφών για κατοικίδια και όχι την ανθρώπινη κατανάλωση.

SME S
D A I L Y

Το καθημερινό newsletter για τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα

Γίνε συνδρομητής ΔΩΡΕΑΝ εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ
ΔΕΥΤΕΡΑ - ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
ΣΤΙΣ **05:45**

Με την αξιοπιστία της

NOTICE
CONTENT & SERVICES



NOTICE

CONTENT & SERVICES

ΣΤΗΝ



Η NOTICE από τις **19 Μαΐου 2026**
μεταδίδει καθημερινά από το **Amsterdam**

Η παρουσία των ελληνικών επιχειρήσεων & οι διεθνείς τάσεις,
με συνεντεύξεις από ειδικούς στη μεγαλύτερη έκθεση

PLMA 2026

για την ιδιωτική ετικέτα



Μεταδίδουν



Νεκτάριος
Β. Νιώτης



Στέλλα
Αυγουστάκη

POWERED BY



PROMO
SOLUTION
EXHIBIT. CREATE.

• **FAO**
ΣΕ ΥΨΗΛΟ ΤΡΙΕΤΙΑΣ ΟΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΤΙΜΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΤΟΝ ΑΠΡΙΛΙΟ

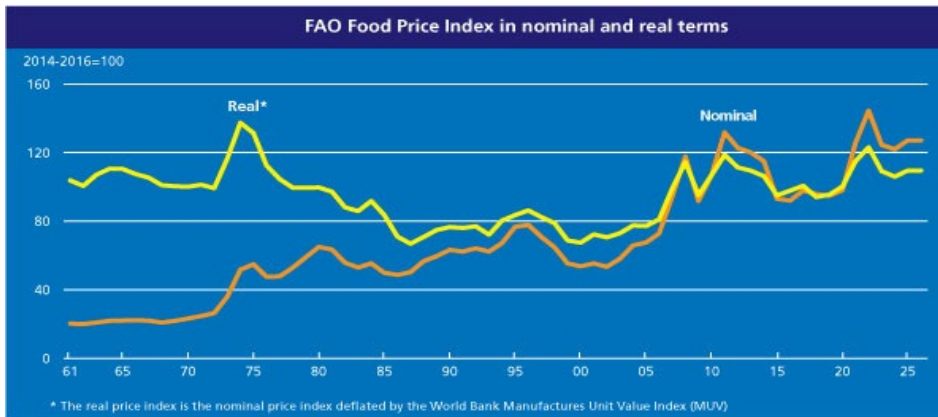
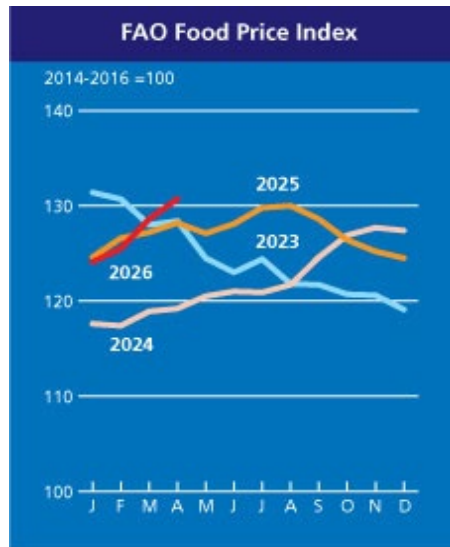
Στο υψηλότερο επίπεδο των τελευταίων τριών, και πλέον, ετών αυξήθηκαν οι παγκόσμιες τιμές τροφίμων τον Απρίλιο, με τις τιμές των φυτικών ελαίων να καταγράφουν ιδιαίτερα έντονη άνοδο λόγω του πολέμου με το Ιράν και του ουσιαστικού κλεισίματος των Στενών του Ορμούζ, σύμφωνα με τον Food and Agriculture Organization (FAO). Ο Μάximo Torero, επικεφαλής οικονομολόγος του FAO, δήλωσε ότι οι τιμές των φυτικών ελαίων ενισχύονται από το αυξημένο ενεργειακό κόστος, το οποίο με τη σειρά του τροφοδοτεί τη ζήτηση για βιοκαύσιμα που παράγονται από οργανικές πρώτες ύλες, όπως τα ελαιούχα φυτά. Παράλληλα, σημείωσε ότι, παρά τις αναταράξεις που προκαλεί ο πόλεμος, τα αγροδιατροφικά συστήματα εμφανίζουν ανθεκτικότητα, καθώς οι τιμές των δημητριακών έχουν αυξηθεί μετριοπαθώς χάρη στα επαρκή αποθέματα από προηγούμενες καλλιεργητικές περιόδους.

ΑΥΞΗΣΗ ΓΙΑ ΤΡΙΤΟ ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΟ ΜΗΝΑ

Ο Δείκτης Τιμών Τροφίμων του FAO, ο οποίος καταγράφει τις μεταβολές σε ένα καλάθι διεθνώς διαπραγματεύσιμων αγροτικών εμπορευμάτων, αυξήθηκε για τρίτο συνεχόμενο μήνα τον

Απρίλιο και διαμορφώθηκε κατά μέσο όρο στις 130,7 μονάδες, σημειώνοντας άνοδο 1,6% σε σχέση με τα αναθεωρημένα επίπεδα του Μαρτίου και καταγράφοντας την υψηλότερη τιμή από τον Φεβρουάριο του 2023.

Ο δείκτης είχε κορυφωθεί στις 160,2 μονάδες τον Μάρτιο του 2022, αμέσως μετά την έναρξη του πολέμου στην Ουκρανία.



ΤΑ ΕΙΔΗ ΠΟΥ ΠΗΡΑΝ ΤΗΝ ΑΝΗΦΟΡΑ

Ο δείκτης τιμών φυτικών ελαίων του FAO αυξήθηκε τον Απρίλιο κατά 5,9% σε μηνιαία βάση, φτάνοντας στο υψηλότερο επίπεδο από τον Ιούλιο του 2022, εξαιτίας της ανόδου στις τιμές σογιέλαιου, ηλιέλαιου, κραμβέλαιου και φοινικέλαιου. Ειδικά το φοινικέλαιο ενισχύθηκε σημαντικά λόγω των πολιτικών κινήτρων για την παραγωγή βιοκαυσίμων. Αντίθετα, οι τιμές των δημητριακών αυξήθηκαν μόλις κατά 0,8% σε σχέση με τον Μάρτιο και κατά 0,4% σε σύγκριση με έναν χρόνο πριν, αντανακλώντας ήπιες αυξήσεις σε προϊόντα όπως το σιτάρι και το καλαμπόκι, λόγω ανησυχιών για τις καιρικές συνθήκες, του αυξημένου κόστους λιπασμάτων και της υψηλότερης ζήτησης για βιοκαύσιμα.

Σε άλλες κατηγορίες, οι τιμές κρέατος αυξήθηκαν τον Απρίλιο κατά 1,2% σε μηνιαία βάση, φτάνοντας σε ιστορικά υψηλά επίπεδα λόγω της περιορισμένης προσφοράς βοοειδών έτοιμων για σφαγή στη Βραζιλία. Αντίθετα, οι τιμές της ζάχαρης υποχώρησαν κατά 4,7%, χάρη στις προβλέψεις για αυξημένη προσφορά από τη Βραζιλία, την Κίνα και την Ταϊλάνδη.

ΜΕΙΩΣΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΟΥΜΕΝΩΝ ΕΚΤΑΣΕΩΝ

Ο FAO ανέφερε επίσης ότι υπάρχουν εκτιμήσεις για μείωση των καλλιεργούμενων εκτάσεων σιταριού το 2026, καθώς οι αγρότες στρέφονται σε καλλιέργειες με χαμηλότερες ανάγκες σε λιπάσματα, εξαιτίας της σημαντικής αύξησης του κόστους των εισροών.

• **ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ**
ΠΟΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕ ΣΤΟ WORLD OF BEER FESTIVAL

Στο World of Beer Festival 2026 συμμετείχε και φέτος η Ολυμπιακή Ζυθοποιία, στο πλαίσιο της παρουσίας της σε διοργανώσεις του κλάδου ζυθοποιίας. Η εταιρεία συμμετείχε με δύο ξεχωριστά περίπτερα, παρουσιάζοντας προϊόντα από το χαρτοφυλάκιο της που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες καταναλωτικές τάσεις και προτιμήσεις. Παράλληλα, έδωσε το "παρών" και στο

περίπτερο της Ελληνικής Ένωσης Ζυθοποιών, ως μέλος της Ένωσης. Μεταξύ των προϊόντων που παρουσιάστηκαν ήταν οι μπύρες Kaiser, Carlsberg, FIX Dark, Guinness, 1664 Blanc, Grimbergen και Schneider Weisse. Επίσης, παρουσιάστηκε η alcohol-free επιλογή Mythos 0.0%, σε μια περίοδο κατά την οποία αυξάνεται το ενδιαφέρον των καταναλωτών για προϊόντα



χωρίς αλκοόλ. Παράλληλα, στο περίπτερο της Νήσος παρουσιάστηκε το σύνολο της προϊοντικής γκάμας της εταιρείας, με έμφαση στην ελληνική craft μπύρα.

• ΗΠΑ ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΣΤΡΕΦΟΝΤΑΙ ΣΤΑ DISCOUNT SUPER MARKETS ΑΝΑΖΗΤΩΝΤΑΣ ΚΑΛΥΤΕΡΕΣ ΤΙΜΕΣ

Μεταξύ των καταναλωτών στις ΗΠΑ που δήλωσαν ότι στρέφονται σε λιανεμπόρους χαμηλότερων τιμών, περισσότεροι από τους μισούς ανέφεραν πως σκοπεύουν να συνεχίσουν να αγοράζουν τα ίδια brands, ενώ οι υπόλοιποι δήλωσαν ότι θα επιλέξουν και φθηνότερες μάρκες προϊόντων. Την ίδια στιγμή, το 35% των καταναλωτών, ποσοστό μειωμένο κατά 14 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το φθινόπωρο, δήλωσε ότι θα στραφεί σε οικονομικότερα brands στο super market όπου ήδη πραγματοποιεί τις αγορές του. Σχεδόν το 1/4 των ερωτηθέντων ανέφερε ότι δεν σκοπεύει να αλλάξει ούτε μάρκες ούτε κατάστημα, αλλά θα περιορίσει τον αριθμό των προϊόντων που αγοράζει.

Η Alvarez & Marsal σημείωσε ότι τα ευρήματα αυτά καταδεικνύουν "μια ουσιαστική ανατροπή στον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές προσεγγίζουν τις αγορές ειδών παντοπωλείου", υπογραμμίζοντας ότι οι πελάτες "αναζητούν ενεργά μεγαλύτερη αξία" στα ράφια τροφίμων, επιλέγοντας πιο οικονομικούς λιανεμπόρους.

Σύμφωνα με την έκθεση, η μεταβολή αυτή στη συμπεριφορά των καταναλωτών έρχεται σε μια περίοδο κατά την οποία οι αλυσίδες χαμηλών τιμών έχουν βελτιώσει σημαντικά την εικόνα τους ως προς το value for money στα μάτια των καταναλωτών.

ΕΝΙΣΧΥΟΝΤΑΙ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΧΑΜΗΛΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ

Όπως ακριβώς τα private label προϊόντα έχουν πλέον εδραιωθεί ως ποιοτικές εναλλακτικές απέναντι στα επώνυμα brands, έτσι και οι λιανεμπορικές αλυσίδες χαμηλού κόστους έχουν ενισχύσει τη θέση τους ως αποδεκτές εναλλακτικές λύσεις απέναντι στα παραδοσιακά supermarket.

Το 68% των καταναλωτών που συμμετείχαν στην έρευνα συμφώνησε ότι τα discount καταστήματα είναι εξίσου καθαρά με τα παραδοσιακά super market, ενώ το 63% δήλωσε ότι η εξυπηρέτηση πελατών σε αυτά τα καταστήματα είναι εξίσου αποτελεσματική. Η Alvarez & Marsal επισήμανε ακόμη ότι όσο περισσότερο οι καταναλωτές αποκτούν θετικές εμπειρίες από



αυτές τις πιο οικονομικές αλυσίδες, τόσο δυσκολότερο θα είναι για τα παραδοσιακά super market να τους επαναφέρουν.

ΕΛΚΥΣΤΙΚΑ ΤΑ PL ΚΑΙ ΟΧΙ ΜΟΝΟ ΛΟΓΩ ΤΙΜΗΣ

Παράλληλα, τα private label προϊόντα εξακολουθούν να αποτελούν ένα από τα πιο ισχυρά χαρτιά για τους καταναλωτές στο λιανεμπόριο τροφίμων. Η έκθεση επισημαίνει ότι, παρότι η προσιτή τιμή αποτελεί βασικό κίνητρο αγοράς, "η απήχηση των προϊόντων αυτών ξεπερνά πλέον την τιμή", καθώς περισσότεροι από τα 2/3 των καταναλωτών θεωρούν ότι τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας καλύπτουν τις διατροφικές και lifestyle ανάγκες τους ή ακόμη και ότι προσφέρουν καλύτερη ποιότητα από τα επώνυμα προϊόντα.

Η έκθεση βασίζεται σε έρευνα της Alvarez & Marsal σε περίπου 2.100 καταναλωτές στις Ηνωμένες Πολιτείες, η οποία πραγματοποιήθηκε τον Φεβρουάριο.

• AHOLD DELHAIZE USA ΒΑΖΕΙ ΣΤΗΝ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΗΣ UBER EATS ΣΧΕΔΟΝ 2.000 ΣΗΜΕΙΑ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ

Η Ahold Delhaize USA ανακοίνωσε την επέκταση της συνεργασίας της με την Uber Eats, εγκαινιάζοντας υπηρεσία παράδοσης ειδών super market στις βορειοανατολικές και μεσοατλαντικές πολιτείες των Ηνωμένων Πολιτειών. Η νέα αυτή κίνηση φέρνει σχεδόν 2.000 σημεία λιανικής πώλησης – συμπεριλαμβανομένων των αλυσίδων Food Lion, Giant Food και Stop & Shop – καθώς και χιλιάδες προϊόντα της Ahold Delhaize, απευθείας στην πλατφόρμα της Uber Eats.

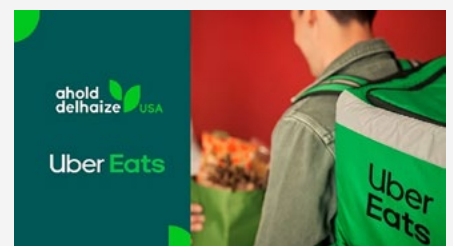
Η Uber και οι θυγατρικές αλυσίδες της Ahold Delhaize USA ανακοίνωσαν επίσης ειδική προσφορά για τους πελάτες που θα πραγματοποιήσουν την πρώτη τους παραγγελία μέσω της πλατφόρμας Uber Eats.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ

Προϊόντα από τις αλυσίδες Food Lion, Giant Food, The Giant Company, Hannaford και Stop & Shop είναι πλέον διαθέσιμα μέσω της κατηγορίας Grocery στην εφαρμογή της Uber Eats, με δυνατότητα τόσο άμεσης όσο και προγραμματισμένης παράδοσης.

Οι παραγγελίες παρακολουθούνται σε πραγματικό χρόνο και παραδίδονται στην πόρτα των καταναλωτών μέσω του δικτύου διανομών της Uber.

Παράλληλα, παρέχεται η δυνατότητα πληρωμών μέσω SNAP EBT για επιλέξιμους χρήστες σε συγκεκριμένες περιοχές, μέσω συνεργασίας με τη Forage, με στόχο τη διευκόλυνση νοικοκυριών χαμηλού εισοδή-



ματος στην πρόσβαση σε υπηρεσίες online παραγγελίας ειδών παντοπωλείου.

Η ΣΥΝΕΧΕΙΑ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η επέκταση αυτή βασίζεται σε προηγούμενη συνεργασία με την Uber Direct, η οποία υποστήριζε τα first-party κανάλια διανομής των brands της Ahold Delhaize USA.

Παράλληλα με τη νέα παρουσία στην πλατφόρμα marketplace της Uber Eats, τα προϊόντα της Ahold Delhaize θα συνεχίσουν να διτίθενται μέσω των επιμέρους ιστοσελίδων και εφαρμογών των brands της, καθώς και μέσω άλλων online marketplaces.

• **GAEA PRODUCTS**

ΤΙ... ΓΥΡΕΥΕ ΣΤΟ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ DIGITAL MARKETING ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ

Μεγαλύτερη διείσδυση στο e-commerce όπου σήμερα έχει μια διόλου ασήμαντη αλλά σχετικά μικρή παρουσία, φιλοδοξεί να αποκτήσει η Gaea Products στο πλαίσιο της στρατηγικής της για αξιοποίηση καινούργιους τρόπους διανομής και προώθησης των προϊόντων της που πηγαίνουν πέρα από το παραδοσιακό κανάλι του super market, για την οποία [είχε γράψει το Fnb Daily στις 7/11/2025.](#)

Μόνο τυχαία δεν ήταν η παρουσία της εταιρείας στο OMR Festival 2025 που πραγματοποιήθηκε το διήμερο 6-7 Μαΐου στο Αμβούργο και το οποίο, συνδυάζοντας στοιχεία τεχνολογικού συνεδρίου και μουσικού φεστιβάλ, θεωρείται το μεγαλύτερο ετήσιο ραντεβού για τους λάτρεις της τεχνολογίας αλλά και τους ψηφιακού μάρκετινγκ στην Ευρώπη.



"ΖΗΤΗΜΑ BRANDING"

Όπως παραδέχεται στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος της Gaea Products, Thomas Brinkmann, δεν είναι και πολύ σύννηθες να... συναντά κανείς την Gaea Products σε ένα τέτοιο event. "Για την ακρίβεια, ήμασταν η μοναδική εταιρεία από τον κλάδο των τροφίμων. Το σκεπτικό της συμμετοχής σε μια non-food εκδήλωση, όπως αυτή, ήταν να έρθουμε σε επαφή και να ανταλλάξουμε ιδέες με ανθρώπους που βρίσκονται στην πρώτη γραμμή του ψηφιακού μάρκετινγκ, influencers, content creators κ.α. Δεν είχα-

με φιλοδοξία να κλείσουμε, για παράδειγμα, κάποια εμπορική συμφωνία. Ήταν περισσότερο ζήτημα branding, να γνωρίσουμε και να μας γνωρίσουν οι άνθρωποι αυτού του χώρου. Μπορώ να πω ότι η παρουσία μας έκανε εντύπωση και είχε πολύ θετική ανταπόκριση", εξηγεί.



ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΕ AMAZON USA

"Νομίζω ότι η μεγαλύτερη πρόκληση για εμάς σήμερα είναι να ενισχύσουμε την παρουσία μας εκεί που βρίσκεται ο πελάτης. Και ο πελάτης δεν αγοράζει μόνο από ένα αλλά από πολλά και διαφορετικά κανάλια", προσθέτει ο κ. Brinkmann. Το e-commerce είναι ένα από τα κανάλια τα οποία προσελκύουν ολοένα και περισσότερους καταναλωτές και ο συνομιλητής μας βλέπει σε αυτό σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης. Με παρουσία σε αρκετές πλατφόρμες του εξωτερικού και, μεταξύ αυτών, στην Amazon USA, η Gaea Products αντιλεί σήμερα από αυτό ένα μονοψήφιο ποσοστό του τζίρου της, ο στόχος ωστόσο είναι το νούμερο σταδιακά να μεγαλώσει.

ΟΙ ΧΑΜΗΛΕΣ ΤΙΜΕΣ ΕΡΙΑΞΑΝ ΤΟΝ ΤΖΙΡΟ ΤΟ 2025

Το 2025 έκλεισε για την εταιρεία με μείωση 4%-5% στον κύκλο εργασιών η οποία ωστόσο, όπως διευκρινίζει ο κ. Brinkmann, οφείλεται στην πτώση των τιμών και όχι σε κάποια υποχώρηση του τονάζ ενώ το EBITDA διαμορφώθηκε περίξ των €650 χιλ.

Στο α' τρίμηνο του 2026 η εικόνα του τζίρου είναι καλύτερη, με τις πωλήσεις να κινούνται στα επίπεδα του αντίστοιχου περυσινού διαστήματος, παρά το γενικότερα μούδιασμα που υπάρχει, εν μέσω των γεωπολιτικών εξελίξεων, στην κατανάλωση. Πολύ καλή, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, είναι, όπως σημειώνει, η πορεία των δύο νέων κωδικών γεμιστών ελιών, με αμύγδα-



Thomas Brinkmann, CEO, Gaea Products

λο και pimento που διατίθενται σε σακουλάκι δίχως άλμη, παστερίωση ή συντηρητικά.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 19.749

2023: 16.613

Μεταβολή: 18,9%

EBIT

2024: 1.027

2023: 629

Μεταβολή: 63,27%

Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: 707

2023: (925)

ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ ΣΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ Η ΝΕΑ ΓΡΑΜΜΗ ΓΙΑ ΣΑΚΟΥΛΑΚΙΑ

Σε ό,τι αφορά στην επένδυση ύψους €500 χιλ. για την προσθήκη δεύτερης γραμμής παραγωγής/συσκευασίας για σακουλάκια στο εργοστάσιό της, αναμένεται να έχει ολοκληρωθεί στα τέλη του 2026 και να τεθεί σε λειτουργία στις αρχές του 2027.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **μ. ARTISAN WATER**
ΔΙΠΛΑ ΣΤΗ ΝΕΑ
ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗ
ΣΚΗΝΗ ΤΗΣ
ΕΛΛΑΔΑΣ

Το μ. Artisan Water βρέθηκε στο επίκεντρο των FNL Best Restaurant Awards 2026, της επετειακής βραδιάς για τα δέκα χρόνια του θεσμού, που πραγματοποιήθηκε τη Δευτέρα 4 Μαΐου στο Αμφιθέατρο του Ωδείου Αθηνών, πλαισιώνοντας έναν από τους σημαντικότερους θεσμούς της ελληνικής γαστρονομίας και φιλοξενίας.

Ανάμεσα στους ανθρώπους και τα concepts που ορίζουν τη σύγχρονη fine dining σκηνή, το μ. Artisan Water ενσωματώθηκε φυσικά σε ένα περιβάλλον όπου η αισθητική, η λεπτομέρεια και η συνολική εμπειρία απο-



τελούν μέρος της ίδιας της γαστρονομικής έκφρασης.

Στο πλαίσιο της διοργάνωσης, η Ειρήνη Κωνσταντοπούλου, Corporate & Marketing Tech Manager της Ηπειρωτικής Βιομηχανίας Εμφιαλώσεων, απένευσε το βραβείο "Artisan of

the Year by μ. Artisan Water" στον Στέφανο Λιβάνιο, δημιουργό του "Τρομερό Παιδί", αναγνωρίζοντας τη δημιουργικότητα, τη σύγχρονη ματιά και τη διαρκή εξέλιξη που επαναπροσδιορίζουν τη σημερινή γαστρονομική εμπειρία.

• **ΒΙΚΟΣ COOL TEA**
ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΣΤΑ SUPER MARKET ΜΕ ΠΡΟΣΦΟΡΑ 1+1

Νέα προωθητική ενέργεια στην κατηγορία του έτοιμου τσαγιού ανακοίνωσε η σειρά ΒΙΚΟΣ COOL TEA, διαθέτοντας από τις 11 Μαΐου προσφορά 1+1 δώρο σε όλες τις γεύσεις της στα super market.

Η ενέργεια αφορά τις γεύσεις:

- ΒΙΚΟΣ COOL TEA Ροδάκινο
- ΒΙΚΟΣ COOL TEA Λεμόνι
- ΒΙΚΟΣ COOL TEA Πράσινο Τσάι Λεμόνι χωρίς ζάχαρη

Σύμφωνα με την εταιρεία, η καμπάνια εντάσσεται στη στρατηγική ενίσχυσης της παρουσίας του προϊόντος κατά τη θερινή περίοδο, με στόχο την αύξηση της κατανάλωσης σε διαφορετικές περιστάσεις της καθημερινότητας, όπως στο γραφείο, στις μετακινήσεις, μετά την άσκηση ή σε κοινωνικές εξόδους.



SÖ POSH!

the trendletter

ΕΠΕΙΔΗ...
BUSINESS IS BUSINESS,
PLEASURE IS PLEASURE!

Κάθε Σάββατο στις 9.30

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

• ΠΥΖΙ

ΣΕ ΒΑΡΥ ΚΛΙΜΑ ΚΑΙ ΜΕ ΜΕΙΩΜΕΝΑ ΣΤΡΕΜΜΑΤΑ ΦΕΤΟΣ ΟΙ ΣΠΟΡΕΣ - ΚΑΘΗΛΩΜΕΝΕΣ ΠΑΡΑΜΕΝΟΥΝ ΟΙ ΤΙΜΕΣ

Σε βαρύ κλίμα ετοιμάζεται να ανοίξει η αυλαία της φετινής καλλιεργητικής περιόδου στο ρύζι, με τις εστίες προβληματισμού να είναι πολύ περισσότερες από τους λόγους για τους οποίους θα μπορούσε η αλυσίδα αξίας του προϊόντος να αισιοδοξεί.

Η υπερψήφιση πρόσφατα από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο του αναθεωρημένου Συστήματος Γενικευμένων Δασμολογικών Προτιμήσεων το οποίο τίθεται σε ισχύ από το 2027 δεν αποτέλεσε ακριβώς κεραυνό εν αιθρία. Με τους συσχετισμούς δυνάμεων που έχουν διαμορφωθεί στις Βρυξέλλες, εδώ κι αρκετούς μήνες είχε διαφανεί ότι πολύ δύσκολα οι χώρες του Νότου (Ιταλία, Ελλάδα, Ισπανία, Πορτογαλία) θα μπορούσαν να μπλοκάρουν ένα σύστημα που επί της ουσίας ανοίγει [διάπλατα την πόρτα για μαζικές αδασμολόγητες εισαγωγές από τρίτες χώρες](#).

ΣΤΑ €250-€270/ΤΟΝΟ ΤΑ ΜΕΣΟΣΠΕΡΜΑ

Η εμπορική σεζόν 2025/26 ήταν από τις πιο δύσκολες των τελευταίων ετών για τον κλάδο καθώς οι γεωπολιτικές εξελίξεις, πέρα από την επιβράδυνση της εμπορικής δραστηριότητας, έχουν φέρει και μεγάλες αυξήσεις στα κόστη μεταφοράς. Όπως αναφέρει στο Fnb Daily η Διευθύνουσα Σύμβουλος της Euricom Ελλάς και Πρόεδρος του Σύνδεσμου Ορυζόμυλων Ελλάδος (ΣΟΕ), Γεωργία Κωστηνάκη, η Μέση Ανατολή μαζι με την

Τουρκία αποτελούν τους κύριους εξαγωγικούς προορισμούς για το ελληνικό μεσόσπερμο ρύζι το οποίο αντιπροσωπεύει περίπου το 80% της περσινής παραγωγής.

Από τη στιγμή που και η γειτονική χώρα είχε φέτος να διαχειριστεί μια μεγάλη εγχώρια παραγωγή, οι αγορές της από την Ελλάδα ήταν περιορισμένες και σποραδικές. Η εμπορική αυτή άπνοια είχε ως συνέπεια οι πωλήσεις να διεξάγονται με το σταγονόμετρο και οι τιμές να πάρουν την κατηφόρα, κινούμενες σήμερα, ανάλογα με την ποικιλία στα €250-270 ο τόνος σε επίπεδο παραγωγού.

ΑΚΟΜΑ ΠΙΟ ΧΑΜΗΛΑ ΤΑ ΜΑΚΡΥΣΠΕΡΜΑ

Ακόμα χαμηλότερα στα €240-250 ευρώ ο τόνος βρίσκονται σήμερα τα μακρύσπερμα ρύζια για τα οποία, σύμφωνα με την κα Κωστηνάκη, έγιναν κάποιες προσπάθειες για εξαγωγή στην Β. Ευρώπη ούτως ώστε να αξιοποιηθούν οι καθυστερήσεις στις αφίξεις - λόγω της αναταραχής στην Μ. Ανατολή - από τις τρίτες χώρες. "Οι τιμές που μας προτάθηκαν ήταν πολύ χαμηλές και δεν καλύπτουν ούτε εμάς ούτε και τους παραγωγούς μας", υπογραμμίζει η κα Κωστηνάκη.

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΖΕΙ ΤΟ ΑΠΟΥΛΗΤΟ ΣΤΟΚ

Σύμφωνα με τον πρόεδρο του Α' Αγροτικού Συνεταιρισμού Χαλάστρας, Χρήστο Γκαντζά-

ρα, ένα 20%-25% της περσινής σοδειάς δεν έχει ακόμα πουληθεί κι ενώ πλησιάζουμε στο καλοκαίρι στη διάρκεια του οποίου το εμπόριο παραδοσιακά ατονεί. Κάμποσα είναι και τα ρύζια στις αποθήκες των συνεταιρισμών που έχουν μεν τιμολογηθεί αλλά δεν έχουν ακόμα πληρωθεί, χωρίς πάντως αυτό να εμπνέει ιδιαίτερη ανησυχία. Ο ίδιος κάνει λόγο για μια ακόμα, ενδεχομένως απέλπιδα προσπάθεια της Διεπαγγελματικής Ρυζιού να αναζητήσει συμμάχους και να προτείνει μια πιο ήπια εκδοχή του αναθεωρημένου Συστήματος Γενικευμένων Δασμολογικών Προτιμήσεων.

ΣΤΡΟΦΗ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΠΡΟΣ ΤΟ ΒΑΜΒΑΚΙ

Με τις σπορές να βρίσκονται προ των πυλών, οι πρώτες εκτιμήσεις δείχνουν μια σημαντική μείωση στα καλλιεργούμενα στρέμματα. Ενδεικτικά, ένα 30% φέρονται αποφασισμένοι να στραφούν στο βαμβάκι, κάτι που δεν οφείλεται μόνο στην διαφαινόμενη ανάκαμψη των τιμών του τελευταίου. "Σαν καλλιέργεια έχει λιγότερα έξοδα ενώ συνοδεύεται, για παράδειγμα, από συνδεδεμένες, αποτύπωμα άνθρακα και άλλες ενισχύσεις που, ειδικά αν συνεχίσει να βελτιώνονται οι τιμές, δίνουν ένα καλύτερο συγκριτικά εισόδημα στον παραγωγό", καταλήγει ο κ. Γκαντζάρας.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Γεωργία Κωστηνάκη, Πρόεδρος, Σύνδεσμος Ορυζόμυλων Ελλάδος - Χρήστος Γκαντζάρας, Πρόεδρος του Α' Αγροτικού Συνεταιρισμού Χαλάστρας

• LIDL
**ΕΠΙΤΑΧΥΝΣΗ ΨΗΦΙΑΚΟΥ
ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΥ ΜΕ SCAN & GO, AI
ΖΥΓΑΡΙΕΣ ΚΑΙ CLICK & COLLECT**

Η Lidl επιταχύνει τον ψηφιακό μετασχηματισμό της μέσω νέων πρωτοβουλιών σε Λουξεμβούργο, Ηνωμένο Βασίλειο και Ιρλανδία, δίνοντας έμφαση στην αυτονομία των καταναλωτών, την ταχύτητα και την ευκολία στις αγορές.

ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ

Η Lidl Luxembourg λάνσαρε πιλοτικά τη νέα υπηρεσία "Scan & Go" σε τρία καταστήματα. Η λειτουργία είναι ενσωματωμένη στην εφαρμογή Lidl Plus και επιτρέπει στους καταναλωτές να παρακολουθούν σε πραγματικό χρόνο τόσο το συνολικό ποσό των αγορών τους, όσο και τις διαθέσιμες προσφορές. Με την ολοκλήρωση των αγορών, η πληρωμή πραγματοποιείται μέσω των self-checkout ταμείων, όπως ανέφερε η εταιρεία. Παράλληλα, η discounter αλυσίδα εισήγαγε έξυπνες ζυγαριές με Τεχνητή Νοημοσύνη, οι οποίες αναγνωρίζουν αυτόματα τα φρέσκα προϊόντα που τοποθετούνται στον δίσκο, καταργώντας την ανάγκη χειροκίνητης αναζήτησης μέσα από λίστες προϊόντων. Μόλις επιβεβαιωθεί το προϊόν, η ζυγαριά εκτυπώνει barcode, το οποίο ο πελάτης μπορεί να σαρώσει μέσω του smartphone του. Κάθε πιλοτικό κατάστημα θα διαθέτει τρεις τέτοιες ζυγαριές: δύο στο τμήμα φρέσκων προϊόντων και μία στο τμήμα κατεψυγμένων, ειδικά για θαλασσινά προϊόντα. Η Lidl σχεδιάζει να εξοπλίσει όλα τα καταστήματά της στο Λουξεμβούργο με το σύστημα Scan & Go έως τις αρχές του 2027.

ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

Μετά την επιτυχημένη αρχική πιλοτική εφαρμογή σε τρία καταστήματα πέρυσι, η Lidl GB επεκτείνει το πρόγραμμα "Lidl & Go" σε επτά σημεία πώλησης, μεταξύ των οποίων οι περιοχές Airdrie, Cardiff, Epsom, Glenrothes, Kingston, Guildford και Eastleigh.

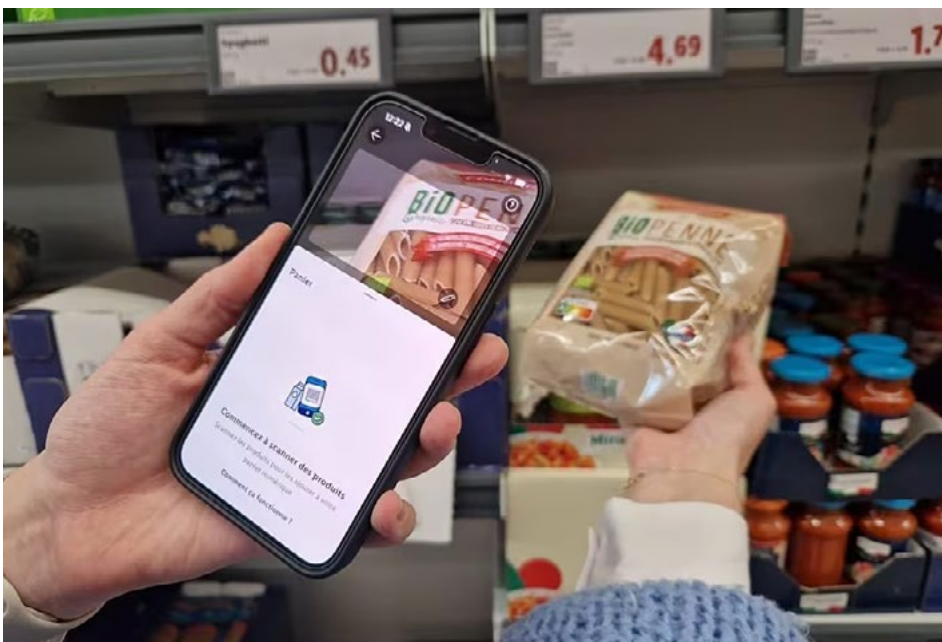
Η υπηρεσία έχει σχεδιαστεί ώστε να προσφέρει μια πιο ευέλικτη εμπειρία αγορών, δίνοντας στους πελάτες τη δυνατότητα επιλογής μεταξύ παραδοσιακών ταμείων, self-checkout ή πλήρως αυτόνομων αγορών μέσω κινητού τηλεφώνου.

Η επέκταση αυτή ακολουθεί την πρόσφατη παρουσίαση του Lidl Plus Points, ενός νέου προγράμματος επιβράβευσης που δημιουργήθηκε ως απάντηση στη ζήτηση των καταναλωτών για πιο ευέλικτους τρόπους συγκέντρωσης και εξαργύρωσης εκπτώσεων.

ΙΡΛΑΝΔΙΑ

Στην Ιρλανδία, η Lidl δοκιμάζει υπηρεσία click & collect στο κατάστημα Tallaght στο Δουβλίνο.

Εκπρόσωπος της εταιρείας δήλωσε: "Στην Lidl εργαζόμαστε διαρκώς ώστε να προσφέρουμε στους πελάτες μια εύκολη και άνετη εμπειρία αγορών, καθώς και πρόσβαση σε επιπλέον υπηρεσίες ευκολίας. Στο πλαίσιο αυτό, βρισκόμαστε σήμερα στα πρώτα στάδια δοκιμής μιας υπηρεσίας Click and Collect στο κατάστημα Tallaght στο Δουβλίνο της Ιρλανδίας".



BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

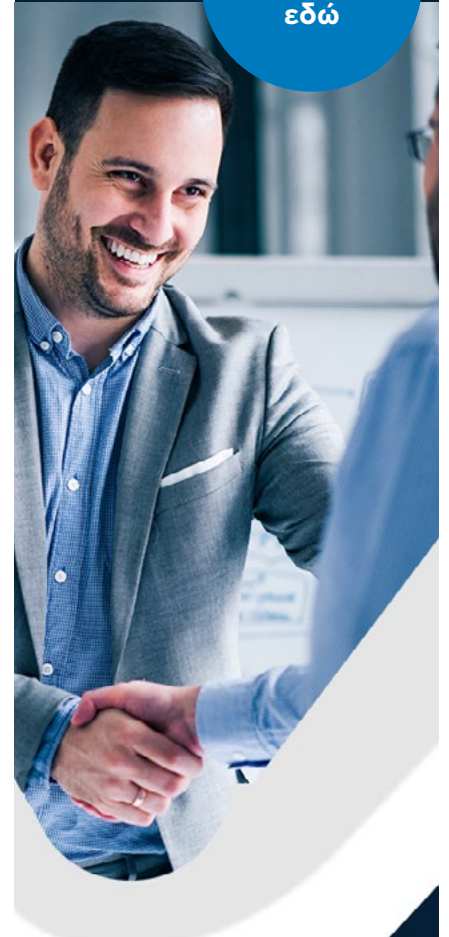
**ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!**

- Business Opinions
- Business Secrets
- Τράπεζες
- Ναυτιλία
- Real Estate
- Μετακινήσεις Στελεχών

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

BnBeauty

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• ΙΚΑΡΙΟΤΙΣΣΑ ΤΟ... ΒΛΕΠΕΙ ΓΙΑ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ - ΜΕ ΠΟΙΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΣΥΖΗΤΑ

Το ενδεχόμενο επέκτασης στο εξωτερικό εξετάζει Ikarotissa, πραγματοποιώντας συζητήσεις για πιθανές εξαγωγικές συνεργασίες σε αγορές όπως η Γαλλία και οι Ηνωμένες Πολιτείες.

Αν και μέχρι στιγμής δεν υπάρχει οριστικοποιημένη συμφωνία, η μικροζυθοποιία της Ικαρίας εμφανίζεται να διερευνά ενεργά τις δυνατότητες ανάπτυξης εκτός ελληνικής αγοράς, στο πλαίσιο της ευρύτερης στρατηγικής της για ενίσχυση της παρουσίας της.

ΝΕΑ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑΤΑ

Η Ikarotissa δραστηριοποιείται από το 2018, όταν κυκλοφόρησε την πρώτη Ale ετικέτα της. Σήμερα διαθέτει συνολικά έξι κωδικούς μπίρας, έχοντας επεκτείνει σταδιακά το χαρτοφυλάκιό της με Lager, αφιλιτράριστη Ale, κόκκινη μπίρα με μέλι, alcohol free και μαύρη μπίρα.

Τα δύο πιο πρόσφατα λανσαρίσματα είναι η alcohol free και η μαύρη ετικέτα, με τη δεύτερη να απευθύνεται σε πιο εξειδικευμένο καταναλωτικό κοινό.

BEST SELLING

Σύμφωνα με την εταιρεία, οι κωδικοί με τη μεγαλύτερη εμπορική απήχηση παραμένουν η Lager και η Ale, καθώς ανταποκρίνονται περισσότερο στις προτιμήσεις της ευρύτερης αγοράς. Παράλληλα, ιδιαίτερα θετική ανταπόκριση καταγράφεται και για την αφιλιτράριστη μπίρα, η οποία ξεχωρίζει για τον πιο πλούσιο και φρουτώδη χαρακτήρα της.

Η παραγωγή της μπίρας πραγματοποιείται στην Ικαρία, ενώ η εταιρεία διατηρεί εγκαταστάσεις και αποθηκευτικούς χώρους στον Ασπρόπυργο Αττικής. Το μεγαλύτερο μέρος της δραστηριότητάς της προέρχεται από το κανάλι HoReCa και τη χονδρική αγορά, ενώ παρουσία διαθέτει και στη λιανική, μέσω αλυσίδων όπως Σκλαβενίτης, ΑΒ Βασιλόπουλος, Θανόπουλος και The Mart, καθώς και μέσω επιλεγμένων καβών.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Σε επίπεδο επενδύσεων, η εταιρεία προχωρά κάθε χρόνο σε μικρές αναβαθμίσεις παραγωγικού εξοπλισμού, όπως προσθήκες



δεξαμενών και μηχανημάτων, χωρίς να υλοποιεί προς το παρόν μεγάλης κλίμακας επενδυτικά σχέδια. Παράλληλα, αφήνει ανοικτό το ενδεχόμενο νέων λανσαρισμάτων στο μέλλον, σημειώνοντας ότι η ανάπτυξη νέων κωδικών εξαρτάται από τη ζήτηση και τις τάσεις της αγοράς μπίρας.

ΑΝΑΜΕΝΕΙ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΠΟΡΕΙΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Για την πορεία της αγοράς το 2026, η μικροζυθοποιία εκτιμά ότι η χρονιά μπορεί να κινηθεί καλύτερα συγκριτικά με το 2025, παρά τη γενικότερη αβεβαιότητα που επικρατεί στην κατανάλωση και στον τουριστικό κλάδο.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• Debrief •

ΤΑ ΟΡΙΑ ΤΗΣ ΕΝΙΑΙΑΣ ΕΥΡΩΠΗΣ

Περισσότερη Ευρώπη, ισχυρότερη Ευρώπη, πιο ενοποιημένη Ευρώπη, ώστε να μπορεί να σταθεί ως ίσος προς ίσος απέναντι στις ΗΠΑ και την Κίνα. Πόσες φορές τα έχουμε ακούσει, τα έχουμε διαβάσει, από πόσα επίσημα χείλη. Και πόσες φορές θα τα ξανακούσουμε και ξαναδιαβάσουμε... Χθες οι Financial Times δημοσίευσαν συνέντευξη του Luis de Guindos. Σε αυτή ο Αντιπρόεδρος της ΕΚΤ, άφησε σαφείς αιχμές κατά της γερμανικής στάσης στο ενδεχόμενο εξαγοράς της Commerzbank από την ιταλική UniCredit.

“Το μεγαλύτερο πρόβλημα με αυτού του είδους τα εθνικά μηνύματα είναι ότι υπονομεύουν την αξιοπιστία της ένωσης αποταμιεύσεων και επενδύσεων. Είναι πολύ δύσκολο για τις κυβερνήσεις να υποστηρίξουν ότι είναι υπέρ της ένωσης αποταμιεύσεων και επενδύσεων αν στη συνέχεια πουν ‘Λοιπόν, όχι, είμαστε κατά αυτής της συγκεκριμένης συναλλαγής’. Αλλά αυτό δεν είναι σχετικό μόνο σε αυτό το συγκεκρι-

κρίσιμο παράδειγμα, συμβαίνει παντού. Οι κυβερνήσεις είναι πολύ παρόμοιες στον πειρασμό να παρεμβαίνουν σε ιδιωτικές συμφωνίες. Αλλά τέτοιες κινήσεις αντιβαίνουν στο πνεύμα μιας ενιαίας αγοράς”, σημείωσε ο Ισπανός.

Ο de Guindos περιέγραψε την απόσταση μεταξύ προθέσεων/δηλώσεων και πραγματικότητας. Και όχι μόνο στον τραπεζικό τομέα. Ας δούμε ένα παράδειγμα στην άμυνα. Το FCAS ξεκίνησε το 2017 ως απάντηση της Ευρώπης στις μελλοντικές προσπάθειες των ΗΠΑ, της Κίνας και της Ρωσίας για μαχητικά αεροσκάφη έκκτης γενιάς. Σήμερα, εννιά χρόνια μετά, ακόμα δεν είναι σίγουρο αν θα υπάρξει ένα, κοινό, αεροσκάφος ανάπτυξης, αφού Γαλλία και Γερμανία ακόμα δεν τα έχουν βρει μεταξύ τους.

Όλοι στην Ευρώπη δηλώνουν Ευρωπαίοι. Και όλοι στην Ευρώπη μόλις θίγεται κάποιος ευαίσθητος σκληρός πυρήνας εθνικής πολιτικής τα... γυρίζουν. Μπορεί

και να έχουν δίκιο, ειλικρινά. Μπορεί στο κάτω, κάτω, τόση ενοποίηση να θέλουμε ή να αντέχουμε.

Ας πούμε στην περίπτωση Commerzbank – UniCredit, πρόκειται για δύο ιδρύματα με διαφορετική φιλοσοφία, όπως είχε εξηγήσει ο Insighter στις 17 Μαρτίου. Το ίδιο και στην άμυνα: το να μοιραστείς συσσωρευμένη γνώση δεκαετιών σε τεχνολογίες αιχμής και υποκατασκευαστικό έργο υψηλής αξίας, ε, δεν είναι και το πιο εύκολο πράγμα στον κόσμο.

Υπάρχει όμως το μεγάλο αλλά... Έχει καταστεί ξεκάθαρο ότι κάθε ευρωπαϊκή χώρα μόνη της, όποια και αν είναι αυτή, δεν μπορεί να σταθεί στο σημερινό αμείλικτο διεθνές περιβάλλον, όπως αυτό έχει διαμορφωθεί. Η λογική το “κάλιο πρώτος στο χωριό, παρά δεύτερος στην πόλη”, δεν δουλεύει σε αυτή την περίπτωση.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• GREEN BEVERAGES

"ΜΕ ΑΛΗΘΕΙΕΣ. ΚΑΙ ΦΥΣΑΛΙΔΕΣ": Η ΝΕΑ 360° ΚΑΜΠΑΝΙΑ

Η Green, μέσα από τη νέα 360° καμπάνια "Με Αλήθειες. Και Φυσαλίδες", επιλέγει μια αυθεντική και άμεση επικοινωνία, χωρίς υπερβολές και μεγάλα λόγια, όπως αναφέρεται. Με χιούμορ, αυτοσαρκασμό και καθαρά μηνύματα, αναδεικνύει το προϊόν όπως πραγματικά είναι: σύγχρονο, ισορροπημένο και "better-for-you".

Η καμπάνια προβάλλει το διευρυμένο portfolio της Green, που περιλαμβάνει 14 επιλογές στις κατηγορίες Cola, Flavors, Mocktails και Mixers, όλες χωρίς προσθήκη ζάχαρης και χωρίς ασπαρτάμη.

Πέρα από διαφημιστική προσέγγιση, η φιλοσοφία της καμπάνιας εκφράζει τη συνο-



λική στάση της Green: ειλικρίνεια, απλότητα και προϊόντα με καλή γεύση που προσφέ-

ρουν μια πιο ισορροπημένη επιλογή στην καθημερινότητα.

Business Maker

ΣΕ ΡΟΛΟ-ΚΛΕΙΔΙ Ο ΑΓΓΕΛΟΣ ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΣΤΗ ΝΕΑ ΕΠΟΧΗ ΜΑΣΟΥΤΗ

Θέμα ημερών, αν όχι ωρών θεωρείται η έγκριση του deal Μασούτη – Κρητικού. Σύμφωνα με πληροφορίες, το πράσινο φως από την Επιτροπή Ανταγωνισμού αναμένεται ακόμη και εντός της τρέχουσας εβδομάδας, με το ενδιαφέρον της αγοράς να εστιάζεται στα διορθωτικά μέτρα που θα ληφθούν. Η αίσθηση που εκπέμπεται είναι ότι το νέο σχήμα δεν θα κληθεί να παραχωρήσει στον ανταγωνισμό μεγάλο αριθμό σημείων. Και αυτό γιατί οι αλληλοεπικαλύψεις των δύο δικτύων είναι περιορισμένες, με τις μοναδικές περιοχές τριβής να εντοπιζο-

νται στην Κρήτη και την Χαλκιδική. Καλά πληροφορημένες πηγές αναφέρουν ότι η ενσωμάτωση της Κρητικός στο σχήμα του βορειοελλαδίτη λιανέμπορου δεν θα φέρνει μόνο αλλαγές στις ταμπέλες, αλλά και μια σημαντική παρουσία στο διοικητικό... οικοσύστημα. Οι πληροφορίες θέλουν τον Άγγελο Κρητικό να παραμένει στο νέο σχήμα, δηλώνοντας μάλιστα σε συνομιλητές ενθουσιασμένος και γεμάτος όρεξη για τη σύμπραξη. Ο ίδιος αναμένεται να αναλάβει ρόλο στρατηγικού συμβούλου, αποτελώντας τον συνδεδειγμένο κρίκο μεταξύ των δύο εταιρει-

ών. Η βαθιά γνώση του για το δίκτυο και την κουλτούρα της Κρητικός θεωρείται διαβατήριο για μια ομαλή μετάβαση. Σε κάθε περίπτωση, η ολοκλήρωση της εξαγοράς δημιουργεί νέα δεδομένα στον χάρτη των super market. Ο τρόπος που θα επιλέξει να κινηθεί το νέο σχήμα και κυρίως η στρατηγική που θα ακολουθήσει θα παίξουν καθοριστικό ρόλο στην επόμενη μέρα του κλάδου. Οι οικονομίες κλίμακας και η ευρεία γεωγραφική διασπορά αποτελούν ισχυρά όπλα απέναντι στον πληθωρισμό και τον οξυμένο ανταγωνισμό.

ΣΗΜΑ ΓΙΑ ΠΑΡΑΤΑΣΗ ΤΟΥ ΠΛΑΦΟΝ ΣΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ – ΣΤΑ ΚΑΥΣΙΜΑ ΒΛΕΠΟΥΜΕ

Η είδηση βγήκε σε κομματικό ακροατήριο, εκεί που οι τόνοι είναι συνήθως πιο χαλαροί αλλά οι προθέσεις πιο ξεκάθαρες. Ο Υπουργός Ανάπτυξης, Τάκης Θεοδωρικάκος, μιλώντας σε εκδήλωση της Νέας Δημοκρατίας στα Νότια Προάστια άφησε να εννοηθεί ότι το πλαφόν στο περιθώριο κέρδους στα τρόφιμα και είδη διαβίωσης θα πάρει παράταση και πέραν της 30ης Ιουνίου, οπότε και είναι να... λήξει. Το σκεπτικό είναι απλό, αν και οικονομικά αμφιλεγόμενο για τους θιασώτες της

απόλυτα ελεύθερης αγοράς. Με τον πόλεμο να συνεχίζει να θολώνει το τοπίο και τον πληθωρισμό να καλπάζει, η κυβέρνηση δεν φαίνεται διατεθειμένη να ρισκάρει μια νέα... έκρηξη τιμών στα ράφια. Η επέκταση του πλαφόν θεωρείται πλέον το αναγκαίο φρένο για να μην περάσει σε τόσο μεγάλο βαθμό η διεθνής αστάθεια απευθείας στην τσέπη του καταναλωτή. Όσον αφορά το πλαφόν καύσιμα η επέκτασή του θα αποφασισθεί ανάλογα με την διάρκεια της πολεμικής σύγκρουσης

και το έμφραγμα στα στενά του Ορμούζ. Η άρση των μέτρων υπό τις παρούσες συνθήκες θεωρείται κίνηση υψηλού ρίσκου που θα μπορούσε να αποσταθεροποιήσει το ήδη επιβαρυσμένο οικογενειακό καλάθι. Δεν πρέπει να ξεχνάμε και τη συγκυρία. Σε μια περίοδο όπου η ακρίβεια αποτελεί το βασικό πεδίο πολιτικής αντιπαράθεσης, η διατήρηση των "δικλείδων ασφαλείας" στην αγορά προσφέρει στην κυβέρνηση ένα ισχυρό αφήγημα προστασίας των αδύναμων.

Business Insight

ΣΕ ΡΥΘΜΟ ΔΕΗ ΤΟ EURONEXT ATHENS - ΚΛΕΙΔΩΣΕ ΣΤΑ €4 ΔΙΣ. Η ΑΜΚ

Σε ρυθμούς ΔΕΗ η αγορά, μπαίνοντας από σήμερα- και τύποις- στην **τελική ευθεία για την διαδικασία κεφαλαιακής ενίσχυσης ύψους €4 δισ.** ευρώ.

Τυπικά μιν, καθώς σήμερα η διοίκηση ανακοινώνει μεγέθη α' τριμήνου, ουσιαστικά, δε, εδώ και εβδομάδες -μήνες- από την περίοδο του **Capital Markets Day στο Λονδίνο**. Θυμίζω, συνοπτικά: η παρουσίαση σε διεθνείς θεσμικούς του νέου τριετούς business plan, έχοντας ως διαβατήριο την ισχυρή βελτίωση των οικονομικών της μεγεθών στο εννεάμηνο του 2025 και τον στόχο για EBITDA €2 δισ. σε τροχιά επίτευξης.

Αυτά τότε (19 Νοεμβρίου 2025) καθώς **ακολούθησε επενδυτικό σαφάρι στα σημαντικότερα επενδυτικά κέντρα**, και με τον Γιώργο Στάση σε έναν τελευταίο κύκλο παρουσιάσεων το προηγούμενο διάστημα (δισ στην Νέα Υόρκη).

Ακολούθησαν, η επίτευξη του στόχου των €2 δισ., **με τον επικεφαλής του ομίλου να επιβεβαιώνει τις προοπτικές για EBITDA €2,4 δισ. το 2026** (και πρόταση για διανομή €0,60/μτχ κατά 50% μεγαλύτερου σε σχέση με την αμέσως προηγούμενη χρήση).

Ο ίδιος - στην ενημέρωση των αναλυτών - επιβεβαίωσε ότι οι συζητήσεις με τους μεγάλους Αμερικανούς hyperscalers προκειμένου να πάρει μπροστά η **επένδυση στο mega data center της Πτολεμαΐδας "προχωράνε πιο γρήγορα απ' ό,τι περίμενε"**.

Παράλληλα είχε επαναλάβει παλαιότερη θέση ότι η τελική απόφαση πρέπει να αναμένεται στα τέλη του 2026. Όπως και διαβεβαίωσε (σε εκδήλωση του Bloomberg) για τα **αντισώματα απέναντι στην κρίση της Μέσης Ανατολής, καθώς η καθετοποίηση του ομίλου** διευκολύνει την διαχείριση κρίσεων όπως η παρούσα με σχετική ασφάλεια. Απαραίτητα αυτά, για να καταδειχθεί η μεθοδικότητα με την οποία ενεργεί η διοίκηση - σε ένα πλάνο που φαίνεται πως αρέσει στην διεθνή επενδυτική κοινότητα. Πολύ δε περισσότερο όταν πρόκειται για το **μεγαλύτερο energy IPO του 2026, σε μεγέθη που ξεπερνούν τα συνήθη του ρηχού ελληνικού χρηματιστηρίου**.

Έτσι, μετά την ανακοίνωση μεγεθών Q1/2026 σειρά έχει, μεθαύριο, η έκτακτη Γενική Συνέλευση για την έγκριση της σχετικής διαδικασίας. Το βιβλίο προσφορών προγραμματίζεται να ανοίξει την προσεχή Τρίτη 19 Μαΐου και θα τρέξει με εμπροσθοβαρή συμμετοχή ενδιαφερομένων. Ένας από τους λόγους που **το τελευταίο διάστημα εισρέουν στη μετοχή σημαντικά κεφάλαια - προφανώς στη λογική χτισίματος θέσεων** - με το αποτέλεσμα να αποτυπώνεται εύγλωπτα στην άνοδο, κατά 7,72% σε διάστημα εβδομάδας.

Έως τα €19,56 οι εντολές στην χθεσινή συνεδρίαση, λίγο χαμηλότερα της κορυφής των €20,56. Θετικό... παράδοξο ότι όμιλος που προχωρά σε

διαδικασία άντλησης €4 δισ. ενισχύεται χρηματιστηριακά, καταδεικνύοντας πως πρόκειται για **ξεκάθαρα "επενδυτική ΑΜΚ"**.

Κοινό μυστικό στην κοινότητα πως, **το ενδιαφέρον των ξένων είναι θεαματικά αυξημένο**, συνακόλουθα η ζήτηση. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, οι προσφορές υπολογίζεται ότι θα φτάσουν σε επίπεδα που - υπό άλλες προϋποθέσεις - θα μπορούσε να καλύψουν αρκετά περισσότερα των €4 δισ. (*). Ευχάριστος... πονοκέφαλος για τον Γιώργο Στάση και την στενή ομάδα συνεργατών του- οι οποίοι τρέχουν εδώ και καιρό το συγκεκριμένο project.

Μόνο που η **ειλημμένη απόφαση της κυβέρνησης για διατήρηση της συμμετοχής του Δημοσίου σε ποσοστό καταστατικής μειοψηφίας, κλειδώνει τα €4 δισ.** Αυτό γιατί η συμμετοχή του Δημοσίου (μέσω Υπερταμείου/ΤΑΙΠΕΔ) έχει υπολογισθεί στα €1,3 δισ. (που πρακτικά σημαίνει ότι, λ.χ., σε ενδεχόμενη άντληση περισσότερων κεφαλαίων, η υποχρέωση εισφοράς θα ήταν αναλογικά μεγαλύτερη).

(*). Σύμφωνα με πηγή της διοίκησης το ενδεχόμενο άντλησης κεφαλαίων περισσότερων των €4 δισ. όντως "έπεσε στο τραπέζι" που (και) για τους λόγους που αναφέρθηκαν δεν θα μπορούσε να προχωρήσει. Πάντα, σύμφωνα με την ίδια πηγή, εκτιμάται πως σχεδόν το 90% της ΑΜΚ θα καλυφθεί από ξένα funds



REAL ESTATE DAILY SECRET

THE KEY TO PROPRIETARY INFORMATION

Το κλειδί για να μαθαίνετε τα μυστικά της αγοράς ακινήτων, κάθε μέρα στο e-mail σας. Με την υπογραφή της



NOTICE
CONTENT & SERVICES

**ΚΑΝΤΕ
ΕΓΓΡΑΦΗ
ΕΔΩ**

• ΖΥΘΟΠΟΙΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ
**ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΕ ΣΤΟ WORLD OF BEER
FESTIVAL 2026**

Στο World of Beer Festival 2026 συμμετείχε η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης με τη σειρά προϊόντων Βεργίνα. Η διοργάνωση πραγματοποιήθηκε από τις 8 έως τις 10 Μαΐου στην Τεχνόπολη Δήμου Αθηναίων. Κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ, οι επισκέπτες είχαν τη δυνατότητα να δοκιμάσουν διαφορετικές ετικέτες της Βεργίνα, μεταξύ των οποίων οι Βεργί-

να Premium Lager, Βεργίνα Red, Βεργίνα Weiss, Βεργίνα Strong Lager, Βεργίνα Alcohol Free και Βεργίνα Radler. Η εταιρεία παρουσίασε τόσο τις βασικές, όσο και τις πιο εξειδικευμένες προϊόντικές επιλογές της, συμπεριλαμβανομένων προϊόντων χωρίς αλκοόλ και γεύσεων που απευθύνονται σε διαφορετικές καταναλωτικές προτιμήσεις.



SECRETRECIPE

Ας πρόσεχε...

Όταν αποφάσιζε να μπει στην ελληνική αγορά με εξαγορά, δεν ήταν λίγοι αυτοί, οι οποίοι τον απέτρεπαν και του συνηγορούσαν να μην κάνει το βήμα και να μείνει στο κομμάτι της χονδρικής μέσω εξωτερικού. Τον προειδοποιούσαν, μάλιστα, ότι τόσο τα κόστη, όσο και τα περιθώρια δεν είναι ό,τι καλύτερο. Ο ίδιος δεν τους άκουσε. Και, τώρα, αφού ακόμα προσπαθεί να τα φέρει όλα σε μια σειρά - με κατακόρυφη μείωση της ποιότητας, θα προσθέσουμε εμείς -, γκρινιάζει για τις τιμές των πρώτων υλών, της ενέργειας κλπ κλπ. Ας πρόσεχε...

Editorial

Δικό σας...

Μεταφέρω αυτούσια χθεσινή είδηση: "Δεν αναμένεται να σημειωθεί σημαντική πρόοδος στις συνομιλίες μεταξύ των Ηνωμένων Πολιτειών και του Ιράν, προτού ο Αμερικανός πρόεδρος, Donald Trump, συναντηθεί με τον Κινέζο ομόλογό του, αργότερα αυτή την εβδομάδα, σύμφωνα με πηγή που επικαλείται το CNN, η οποία έχει γνώση των διαδικασιών σχετικά με τις διαπραγματεύσεις.

Η πηγή δήλωσε ότι η εξέλιξη των συνομιλιών θα "εξαρτηθεί από τα αποτελέσματα της επίσκεψης του προέδρου Trump στο Πεκίνο". Η πηγή επισήμανε ότι είναι "πολύ πιθανό" ο Ιρανός υπουργός Εξωτερικών να βρίσκεται στο Δελχί για τη συνάντηση των υπουργών Εξωτερικών των BRICS, την Πέμπτη και την Παρασκευή -, τις ίδιες ημέρες, που ο Trump θα βρίσκεται στο Πεκίνο.

Σημείωσε επίσης ότι η παρουσία του Ιρανού υπουργού στη συνάντηση των BRICS "είναι σημαντική", καθώς πιθανότατα θα παρευρεθούν και οι υπουργοί Εξωτερικών της Σαουδικής Αραβίας και της Αιγύπτου. Η Αίγυπτος και η Σαουδική Αραβία συγκαταλέγονται μεταξύ των χωρών που διευκολύνουν τον διάλογο μεταξύ των ΗΠΑ και του Ιράν, στον οποίο μεσολαβεί το Πακιστάν. Οι ΥΠΕΞ της Σαουδικής Αραβίας και της Αιγύπτου δεν έχουν ακόμη επιβεβαιώσει ότι θα παραστούν στη διάσκεψη.

"Η Κίνα θα διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη διασφάλιση της συνέχισης του διαλόγου", πρόσθεσε η πηγή".

Δικό σας...
Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr